

Qui aurait pu croire qu'on assisterait à une conférence sur les gifs à Sciences Po ? Et pourtant, ce lundi dans le cadre d'une journée portant sur "Les Nouvelles pratiques du journalisme", Scott Lamb, directeur de la rédaction de BuzzFeed était tout sourire, en train de raconter l'histoire du gif et son potentiel dans le journalisme.

L'homme a ensuite été interviewé sur le modèle de BuzzFeed par Andrew Gruen, chercheur à l'université de Northwestern et de Cambridge. Derrière lui, la dernière slide de sa présentation est restée affichée avec, bien entendu, un gif de feuilles mortes balayées par le vent.

Humour et émotions

Scott Lamb est diplômé en journalisme de l'université de New York. Après un passage par l'édition internationale du Spiegel à Berlin et par Salon.com, il rejoint BuzzFeed en 2007. Il raconte que "personne ne comprend alors ce qu'on fait".

Cinq ans plus tard, ça n'a pas beaucoup changé, de son propre aveu. BuzzFeed se présente comme un flux d'informations où se côtoient des articles légers et d'autres plus sérieux. La ligne éditoriale ? Couvrir ce "qui se passe en ce moment". "Nous essayons d'être drôles, mais aussi de capter les émotions, avec les boutons LOL, OMG, etc. que les internautes peuvent sélectionner" explique Scott Lamb. "En revanche, nous sommes moins bons pour apporter de nouvelles informations", admet-il.

75 journalistes, 30 développeurs

Scott Lamb affirme que BuzzFeed n'a pas l'œil rivé sur les chiffres d'audience, même s'ils demeurent importants pour "savoir ce qui plaît aux gens". Ce qui compte : le partage d'articles sur Facebook et sur Twitter. "Le (...)

[Lire la suite sur Le Nouvel Observateur](#) [Buzzfeed : "le partage est la nouvelle méritocratie du contenu"](#)

[Lire la suite \(Source\) >>](#)

Buzzfeed : le partage est la nouvelle méritocratie du contenu - Casablanca

Écrit par Administrator

Lundi, 10 Décembre 2012 18:22 -

[Joomla SEO powered by JoomSEF](#)